

## Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Petra Valešová  
Název diplomové práce: Marketingové řízení ve vybrané organizaci  
Vedoucí práce: Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.  
Oponent práce: doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.  
Pracovní pozice oponenta: Vedoucí ÚPEM, FES

## Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Cílem práce je analýza efektivity CRM systémů při využívání marketingových kampaní a návrh na zlepšení. V první, spíše teoretické části se autorka zaměřuje na analýzu poznatků o řízení vztahů se zákazníky a důvodech uplatnění CRM systémů. V druhé části se orientuje na CRM v již konkrétní společnosti. Přínosem je vyhodnocení pilotního provozu věrnostního programu a identifikace slabých míst.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Na str. 77 máte uvedeny hodnoty ukazatele PI, mohla byste uvést, jaké hodnoty nákladů, výnosů a zisku jste používala? Využívá se v hodnocení reklamních kampaní „klasický ukazatel ziskovosti“ nebo jde o upravený pro tyto případy?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.  
Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 7.1.2021

Podpis .....